



PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
DELEGATURA UOKiK W POZNANIU

ul. Zielona 8, 61-851 Poznań
Tel. (0-61) 852-15-17, 852-77-50, Fax (0-61) 851-86-44
E-mail: poznan@uokik.gov.pl

Poznań, dnia 17 listopada 2011r.

RPZ- 61/22/11/JM

DECYZJA nr RPZ 29/2011

Stosownie do art. 33 ust. 6 ustawy z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. nr 50 poz. 331 ze zm.), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, wszczętego z urzędu przeciwko Dariuszowi Kubaszewskiemu prowadzącemu działalność gospodarczą pod nazwą: Przedsiębiorstwo Remontowo- Budowlane „MONT- BUD” w Lulkowie

- w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów

I. na podstawie art. 28 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, wobec uprawdopodobnienia w toku postępowania stosowania przez Dariusza Kubaszewskiego prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą: Przedsiębiorstwo Remontowo- Budowlane „MONT- BUD” w Lulkowie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, określonych w:

1. art. 24 ust. 1 i 2 pkt 1 ww. ustawy, polegającej na stosowaniu we wzorcu o nazwie: „zlecenie-umowa” postanowień, które zostały wpisane do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, o którym mowa w art. 479⁴⁵ Kpc, o treści:

- a) W przypadku rezygnacji przez zamawiającego z wykonania usługi przez przyjmującego zlecenie ewentualnie uniemożliwienie przystąpienia do wykonania usługi, strony zgodnie ustalają, że przedpłata gwarancyjna nie zostanie zwrócona (pkt 1)
- b) Przyjmujący zamówienie zastrzega sobie możliwość opóźnienia realizacji usługi do 14 dni roboczych (pkt 4)
- c) Wszelkie spory wynikłe na tle zawartej umowy podlegają wyłączności sądu powszechnego dla siedziby firmy przyjmującej zamówienie (pkt 6)

2. art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ww. ustawy, polegającej na naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji poprzez zamieszczanie w umowach zawieranych z konsumentami niepełnych danych o firmie tj. niewskazywanie imienia i nazwiska Dariusza Kubaszewskiego jako osoby fizycznej prowadzącej działalność gospodarczą, co jest sprzeczne z art. 21 pkt 1 ustawy z dnia 2 lipca 2004r. o swobodzie działalności gospodarczej (t.j. Dz.U. z 2010r. nr 220, poz. 1447 ze zm.) w zw. z art. 43⁴ Kodeksu cywilnego

3. art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ww. ustawy, polegającej na nieinformowaniu konsumentów, w przypadku zawierania umów poza lokalem przedsiębiorstwa, o prawie odstąpienia od umowy i niedoręczaniu konsumentom wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy, co jest sprzeczne z art. 3 ust. 1 ustawy z dnia 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz.U. nr 22, poz. 271 ze

zm.) i stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 6 ust. 1, ust. 2 i ust. 4 pkt 5 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. nr 171, poz. 1206),

po zobowiązaniu się przez ww. Przedsiębiorcę do podjęcia działań zmierzających do zaniechania zarzuconych praktyk poprzez: usunięcie niedozwolonych postanowień umownych z nowego wzorca umowy, zamieszczanie w umowach zawieranych z konsumentami pełnych danych o firmie oraz informowanie konsumentów o prawie odstąpienia od umowy i doręczanie im wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy, **nakłada się na Dariusza Kubaszewskiego prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą: Przedsiębiorstwo Remontowo-Budowlane „MONT- BUD” w Lulkowie obowiązek wykonania tych zobowiązań** poprzez:

- a) wprowadzenie do obrotu z konsumentami, z dniem uprawomocnienia się niniejszej decyzji, nowego wzorca umowy, w którym postanowienia niedozwolone wskazane powyżej w pkt 1 a-c nie występują
- b) zamieszczanie w umowach zawieranych z konsumentami pełnych danych o firmie tj. wskazywanie imienia i nazwiska Dariusza Kubaszewskiego jako osoby fizycznej prowadzącej działalność gospodarczą pod nazwą: Przedsiębiorstwo Remontowo-Budowlane „MONT- BUD”, począwszy od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji
- c) informowanie konsumentów na piśmie, przed zawarciem umowy poza lokalem przedsiębiorstwa, o prawie odstąpienia od umowy w terminie 10 dni od jej zawarcia oraz wręczanie konsumentom wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy, począwszy od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji

II. na podstawie art. 28 ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nakłada się na Dariusza Kubaszewskiego prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą: Przedsiębiorstwo Remontowo- Budowlane „MONT- BUD” w Lulkowie obowiązek przekazania, w terminie 1 miesiąca od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji, informacji o stopniu realizacji zobowiązań nałożonych powyżej w punkcie I a, b i c, w tym przedłożenia kopii 10 umów zawartych z konsumentami zgodnie z postanowieniami nowego wzorca umowy.

Uzasadnienie

W związku z otrzymaną skargą konsumentką, postanowieniem z dnia 12 kwietnia 2011r. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów- Delegatura w Poznaniu (dalej: Prezes Urzędu) wszczął z urzędu postępowanie wyjaśniające mające na celu wstępne ustalenie, czy działania Dariusza Kubaszewskiego prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą: Przedsiębiorstwo Remontowo- Budowlane „MONT- BUD” w Lulkowie (dalej: Przedsiębiorca), uzasadniają wszczęcie postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

W trakcie postępowania Prezes Urzędu ustalił, że Przedsiębiorca prowadzi działalność polegającą m.in. na sprzedaży i montażu drzwi. W ramach tej działalności przedstawiciele Przedsiębiorcy zawierają w jego imieniu umowy z konsumentami w oparciu o wzorzec umowy o nazwie: „zlecenie- umowa”, poza lokalem przedsiębiorstwa, w miejscu zamieszkania konsumentów. Przedsiębiorca poinformował, że wzorzec ten wykorzystuje od rozpoczęcia prowadzenia działalności gospodarczej. Odnosząc się do postanowienia wzorca, które przewiduje możliwość pobierania tzw. przedpłat gwarancyjnych, Przedsiębiorca wyjaśnił, że nie zatrzymuje przedpłat w przypadku rezygnacji konsumenta z umowy i nie prowadzi ewidencji przedpłat, które zwrócił konsumentom. Przedsiębiorca poinformował ponadto, że w chwili podpisywania umowy jego przedstawiciele informują konsumentów o prawie odstąpienia od umowy, doręczając wzór oświadczenia o odstąpieniu od umowy razem z oryginałem umowy.

Działając na podstawie art. 50 ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu zwrócił się z prośbą do wybranych konsumentów- kontrahentów Przedsiębiorcy o wskazanie, czy przed zawarciem umowy Przedsiębiorca udzielił im informacji o prawie odstąpienia od umowy w terminie 10 dni od jej zawarcia oraz czy wręczył im wzór oświadczenia o odstąpieniu od umowy. Z otrzymanych przez Prezesa Urzędu pism wynika, że konsumenci nie zostali poinformowani o ww. prawie i nie otrzymali wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy.

Analiza materiału dowodowego zgromadzonego w toku postępowania wyjaśniającego dała podstawę do wszczęcia wobec Przedsiębiorcy, postanowieniem z dnia 16 sierpnia 2011r., postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, określonych w:

1. art. 24 ust. 1 i 2 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającej na stosowaniu we wzorcu o nazwie: „zlecenie- umowa” postanowień, które zostały wpisane do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, o którym mowa w art. 479⁴⁵ Kpc, o treści:

- a) W przypadku rezygnacji przez zamawiającego z wykonania usługi przez przyjmującego zlecenie ewentualnie uniemożliwienie przystąpienia do wykonania usługi, strony zgodnie ustalają, że przedpłata gwarancyjna nie zostanie zwrócona (pkt 1)
- b) Przyjmujący zamówienie zastrzega sobie możliwość opóźnienia realizacji usługi do 14 dni roboczych (pkt 4)
- c) Wszelkie spory wynikłe na tle zawartej umowy podlegają wyłączności sądu powszechnego dla siedziby firmy przyjmującej zamówienie (pkt 6)

2. art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ww. ustawy, polegającej na naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji poprzez zamieszczanie w umowach zawieranych z konsumentami niepełnych danych o firmie tj. niewskazywanie imienia i nazwiska Dariusza Kubaszewskiego jako osoby fizycznej prowadzącej działalność gospodarczą, co może naruszać art. 21 pkt 1 ustawy z dnia 2 lipca 2004r. o swobodzie działalności gospodarczej (t.j. Dz.U. z 2010r. nr 220, poz. 1447 ze zm.) w zw. z art. 43⁴ Kodeksu cywilnego

3. art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ww. ustawy, polegającej na nieinformowaniu konsumentów, w przypadku zawierania umów poza lokalem przedsiębiorstwa, o prawie odstąpienia od umowy i niedoręczaniu konsumentom wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy, co może naruszać art. 3 ust. 1 ustawy z dnia 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz.U. nr 22, poz. 271 ze zm.) i stanowić nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 6 ust. 1, ust. 2 i ust. 4 pkt 5 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. nr 171, poz. 1206).

Przedsiębiorca, zawiadomiony o wszczęciu postępowania administracyjnego, pismem z dnia 30 sierpnia 2011r. wniósł o wydanie decyzji w trybie art. 28 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Przedsiębiorca zobowiązał się do: zaniechania stosowania niedozwolonych postanowień umownych w nowym wzorcu umowy, zamieszczania pełnych danych o swojej firmie w umowach zawieranych z konsumentami oraz informowania konsumentów o prawie odstąpienia od umowy i doręczania im wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy.

Przedsiębiorca poinformował, że w II kwartale 2011r. zawarł [usunięto] umów z konsumentami, a począwszy od stycznia 2011r. [usunięto] konsumentów skorzystało z prawa odstąpienia od umowy, zgodnie z art. 2 ust. 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny.

Kolejnym pismem z dnia 17 października 2011r. Przedsiębiorca poinformował, że w obrocie prawnym nie ma umów zawartych zgodnie z wzorcem „zlecenia- umowy”. Jednocześnie Przedsiębiorca oświadczył, że w nowym wzorcu umowy zamieści informację o prawie konsumenta do odstąpienia od umowy, w terminie 10 dni od jej zawarcia, zgodnie z art. 3 ust. 1

ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny.

W załączeniu do pisma z dnia 19 października 2011r. Przedsiębiorca przedłożył nowy wzorzec umowy o nazwie: „umowa o dzieło”.

Prezes Urzędu ustalił, co następuje:

Dariusz Kubaszewski prowadzi działalność gospodarczą pod nazwą: Przedsiębiorstwo Remontowo- Budowlane „MONT- BUD” w Lulkowie w oparciu o wpis do ewidencji działalności gospodarczej prowadzonej przez Wójta Gminy Gniezno od dnia 1 listopada 2007r. *(dowód: zaświadczenie o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej).*

Przedmiotem tej działalności jest m.in. sprzedaż i montaż drzwi. W ramach prowadzonej działalności Przedsiębiorca zawiera umowy z konsumentami w oparciu o wzorzec: „zlecenie-umowa”. Przedsiębiorca zawiera umowy poprzez swoich przedstawicieli, poza lokalem przedsiębiorstwa, w miejscu zamieszkania konsumentów. Ww. wzorzec Przedsiębiorca wykorzystuje od dnia rozpoczęcia prowadzenia działalności gospodarczej *(dowód: pismo Przedsiębiorcy z dnia: 26 kwietnia i 1 czerwca 2011r.).*

We wzorcu tym zamieszczono postanowienia o treści:

pkt 1. „W przypadku rezygnacji przez zamawiającego z wykonania usługi przez przyjmującego zlecenie ewentualnie uniemożliwienie przystąpienia do wykonania usługi, strony zgodnie ustalają, że przedpłata gwarancyjna nie zostanie zwrócona”.

pkt 4. „Przyjmujący zamówienie zastrzega sobie możliwość opóźnienia realizacji usługi do 14 dni roboczych”.

pkt 6. „Wszelkie spory wynikłe na tle zawartej umowy podlegają wyłączności sądu powszechnego dla siedziby firmy przyjmującej zamówienie”

(dowód: wzorzec zlecenia- umowy załączony do pisma Przedsiębiorcy z dnia 26 kwietnia 2011r.).

Prezes Urzędu ustalił, że Przedsiębiorca udziela konsumentom niepełnych informacji o firmie, nie podając swojego imienia i nazwiska. W umowach zawieranych z konsumentami oznaczenie Przedsiębiorcy ogranicza się do określenia: Przedsiębiorstwo Remontowo-Budowlane MONT- BUD *(dowód: umowy zawarte z konsumentami przekazane przez Przedsiębiorcę w załączeniu do pism z dnia: 26 kwietnia i 1 czerwca 2011r.).*

Z ustaleń Prezesa Urzędu wynika ponadto, że Przedsiębiorca, pomimo zawierania umów poza lokalem przedsiębiorstwa, nie informuje konsumentów na piśmie przed zawarciem umowy o prawie odstąpienia od umowy w terminie 10 dni od jej zawarcia i nie doręcza konsumentom wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy *(dowód: pisma otrzymane od konsumentów, umowy zawarte z konsumentami przekazane przez Przedsiębiorcę w załączeniu do pism z dnia: 26 kwietnia i 1 czerwca 2011r.).*

W trakcie prowadzonego postępowania Przedsiębiorca zobowiązał się do: zaniechania stosowania niedozwolonych postanowień umownych w nowym wzorcu umowy, zamieszczania pełnych danych o swojej firmie w umowach zawieranych z konsumentami oraz informowania konsumentów o prawie odstąpienia od umowy i doręczania im wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy *(dowód: pismo Przedsiębiorcy z dnia 30 sierpnia 2011r.).*

Przedsiębiorca przedstawił nowy wzorzec umowy o nazwie: „umowa o dzieło”, w którym zakwestionowane w niniejszym postępowaniu postanowienia niedozwolone nie występują. Postanowienia wskazane w pkt I.1 b i c sentencji decyzji zostały usunięte z nowego wzorca, natomiast postanowienie wskazane w pkt I.1 a- zastąpione postanowieniem o treści: „Na poczet należnego wykonawcy wynagrodzenia zamawiający uiszcza wykonawcy zadatek w wysokości ... zł. Do zadatku mają zastosowanie ogólnie obowiązujące przepisy prawa (...)”.

We wzorcu tym Przedsiębiorca zamieścił także, stosownie do art. 3 ust. 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny, informacje o prawie konsumenta do odstąpienia od umowy, w terminie 10 dni od jej zawarcia oraz w ostatniej części wzorca- wzór oświadczenia od odstąpieniu od umowy.

Prezes Urzędu zważył, co następuje:

I.

Zgodnie z art. 1 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, ochrona interesów przedsiębiorców i konsumentów podejmowana w ramach działań Prezesa Urzędu jest prowadzona w interesie publicznym. Ingerencja Prezesa Urzędu ma więc na celu ochronę interesów zbiorowości, a nie wprost poszczególnych, indywidualnych uczestników rynku. Naruszenie interesu publicznego stanowi bezwzględny warunek uznania kompetencji Prezesa Urzędu do rozstrzygnięcia określonej sprawy. Interes publiczny zostaje naruszony wówczas, gdy działania przedsiębiorcy godzą w interesy ogólnospoleczne i dotyczą szerokiego kręgu uczestników rynku, zaburzając jego prawidłowe funkcjonowanie.

W ocenie Prezesa Urzędu, rozpatrywana sprawa ma charakter publicznoprawny. Wiąże się z ochroną interesu wszystkich konsumentów, którzy byli lub mogli stać się klientami Przedsiębiorcy. Działania Przedsiębiorcy nie dotyczą interesów poszczególnych osób, których sprawy miałyby charakter jednostkowy, indywidualny i nie dający się porównać z innymi, ale kręgu konsumentów- obecnych i przyszłych kontrahentów Przedsiębiorcy, których sytuacja jest identyczna. Naruszenie interesu publicznoprawnego przejawia się tym samym w naruszeniu zbiorowego interesu konsumentów. W niniejszej sprawie istnieje zatem możliwość poddania zachowania Przedsiębiorcy dalszej ocenie pod kątem stosowania przez niego praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów.

Art. 28 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów stanowi, że jeżeli w toku postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostanie uprawdopodobnione- na podstawie okoliczności sprawy, informacji zawartych w zawiadomieniu, o którym mowa w art. 100 ust. 1, lub innych informacji będących podstawą wszczęcia postępowania- że przedsiębiorca stosuje praktykę, o której mowa w art. 24, a przedsiębiorca, któremu jest zarzucane naruszenie tego przepisu, zobowiąże się do podjęcia lub zaniechania określonych działań zmierzających do zapobieżenia tym naruszeniom, Prezes Urzędu może w drodze decyzji, nałożyć obowiązek wykonania tych zobowiązań.

Przytoczony przepis jako przesłanki warunkujące możliwość wydania decyzji przez Prezesa Urzędu wskazuje: uprawdopodobnienie naruszenia zakazu określonego w art. 24 ustawy oraz zobowiązanie się przedsiębiorcy, któremu jest zarzucane takie naruszenie, do podjęcia lub zaniechania działań zmierzających do zapobieżenia naruszeniu.

Z uwagi na złożenie przez Dariusza Kubaszewskiego prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą: Przedsiębiorstwo Remontowo- Budowlane „MONT- BUD” wniosku o wydanie decyzji na podstawie art. 28 ustawy niezbędne jest rozważenie, czy wskazane w tym przepisie warunki zaistniały w odniesieniu do działań i zobowiązań ww. Przedsiębiorcy.

Stosownie do art. 24 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Art. 24 ust. 2 ustawy przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie godzące w nie bezprawne działania przedsiębiorcy, w szczególności: stosowanie postanowień wzorców umów, które zostały wpisane do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, o którym mowa w art. 479⁴⁵ Kodeksu postępowania cywilnego (pkt 1), naruszenie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji (pkt 2) oraz nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji (pkt 3).

Stwierdzenie przedmiotowych praktyk wymaga spełnienia dwóch przesłanek: **bezprawności działania przedsiębiorcy i naruszenia zbiorowego interesu konsumentów.**

Jako bezprawne należy kwalifikować zachowania sprzeczne z prawem, zasadami współżycia społecznego lub dobrymi obyczajami, bez względu na winę, a nawet świadomość sprawcy. Dla ustalenia bezprawności działania wystarczy, że określone zachowanie koliduje z przepisami prawa (por. Komentarz do ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji pod red. Janusza Szwejki, Wyd. CH Beck, Warszawa 2000r., str. 117-118).

Druga z wymienionych powyżej przesłanek jest spełniona, gdy działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy godzi w interesy konsumentów jako zbiorowości rozumianej jako nieokreślona i nieograniczona grupa podmiotów, których nie da się zidentyfikować. Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie definiuje pojęcia zbiorowego interesu konsumentów, wskazuje jednak w art. 24 ust. 3, że nie jest nim suma indywidualnych interesów konsumentów. Sąd Najwyższy w wyroku z dnia 12 września 2003r. sygn. akt I CKN 504/01 stwierdził, że *nie jest zasadne uznawanie, że postępowanie z tytułu naruszenia ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów można wszcząć tylko wtedy, gdy zagrożone są interesy wielu odbiorców, a nie jest to możliwe w sytuacji, gdy pokrzywdzonym jest tylko jeden konsument. Wydawane orzeczenie ma bowiem wymiar znacznie szerszy, pełni także funkcję prewencyjną, służy bowiem ochronie także nieograniczonej liczby potencjalnych konsumentów.*

Dla stwierdzenia naruszenia zbiorowych interesów konsumentów istotne jest więc ustalenie, że działanie przedsiębiorcy nie ma ściśle określonego, konkretnego adresata, ale jest kierowane do nieoznaczonego z góry kręgu podmiotów. Oznacza to, że nie ilość faktycznych, potwierdzonych naruszeń, ale przede wszystkim ich charakter, a w związku z tym możliwość (choćby tylko potencjalna) wywołania negatywnych skutków wobec określonej zbiorowości przesądza o naruszeniu zbiorowego interesu. Godzenie w zbiorowe interesy konsumentów może polegać zarówno na ich naruszeniu, jak i na zagrożeniu ich naruszenia. Dla uznania, że doszło do naruszenia zbiorowych interesów konsumentów nie jest więc konieczne stwierdzenie, że którykolwiek z konsumentów został rzeczywiście poszkodowany wskutek stosowanej przez przedsiębiorcę praktyki.

Zdaniem Prezesa Urzędu, wszystkie zakwestionowane działania Przedsiębiorcy godzić mogą w interesy nieograniczonej liczby konsumentów, których nie da się zidentyfikować, tj. wszystkich konsumentów, którzy zawarli z Przedsiębiorcą umowy oraz wszystkich jego potencjalnych klientów.

Interes konsumentów należy rozumieć jako interes prawny (a nie faktyczny), a więc uznany przez ustawodawcę jako zasługujący na ochronę i zabezpieczenie. Pod tym pojęciem należy rozumieć zarówno *stricto* ekonomiczne interesy konsumentów (o wymiarze majątkowym), jak również prawo konsumentów do uczestniczenia w przejrzystych i niezakłóconych przez przedsiębiorcę warunkach rynkowych, zapewniających konsumentom możliwość dokonywania transakcji przy całkowitym zrozumieniu, jaki jest ich rzeczywisty sens ekonomiczny i prawny na etapie przedkontraktowym i w czasie wykonywania umowy. W tym też aspekcie w niniejszej sprawie naruszenie interesu konsumentów nastąpiło zarówno poprzez stosowanie przez Przedsiębiorcę niedozwolonych postanowień umownych, jak i nieudzielanie konsumentom rzetelnej informacji o firmie czy też nieinformowanie konsumentów o prawie odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa.

1.

Bezprawność praktyki przypisanej Przedsiębiorcy w pkt I.1 sentencji decyzji wynika z tożsamości stosowanych przez niego postanowień wzorca umowy z postanowieniami wpisanymi do rejestru niedozwolonych postanowień umownych.

Zgodnie z utrwalonym orzecznictwem sądowym, Prezes Urzędu może stwierdzić stosowanie praktyki określonej w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów również w odniesieniu do przedsiębiorcy, który nie był stroną postępowania

sądowego zakończonego wpisaniem danej klauzuli do rejestru niedozwolonych postanowień umownych.

Sąd Apelacyjny w Warszawie w wyroku z dnia 2 grudnia 2005r. sygn. akt VI ACa 760/05 podkreślił, że praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów jest posługiwanie się postanowieniem wpisanym do rejestru w oderwaniu od zagadnienia, czy wpis do rejestru powstał w związku ze stosowaniem wzorca umowy przez podmiot, co do którego bada się stosowanie praktyki. Jak wskazał Sąd Apelacyjny, naruszenie interesów konsumentów może nastąpić w wyniku działań podmiotów, które stosują klauzule abuzywne już wpisane do rejestru, przy czym wpis taki związany był z działaniami innych przedsiębiorców.

Z kolei w wyroku z dnia 25 maja 2005r. sygn. akt XVII Ama 46/04, Sąd Okręgowy w Warszawie- Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej: SOKiK) wyraził pogląd, że dla uznania określonej klauzuli za niedozwolone postanowienie umowne wystarczy stwierdzenie, że mieści się ona w hipotezie klauzuli wpisanej do rejestru i nie jest konieczna literalna zgodność porównywanych klauzul. Czynnikiem przesądzającym o podobieństwie klauzul powinien być bowiem zamiar, cel, jakiemu ma służyć kwestionowane postanowienie. Jeśli więc cel utworzenia spornej klauzuli odpowiada celowi sformułowania klauzuli uznanej za niedozwoloną, oba zapisy można uznać za tożsame.

Przedstawione powyżej orzecznictwo potwierdza uchwała 7 sędziów Sądu Najwyższego z dnia 13 lipca 2006r. sygn. akt III SZP 3/2006, w której uznano, że *stosowanie postanowień wzorców umów o treści tożsamej z treścią postanowień uznanych za niedozwolone prawomocnym wyrokiem Sądu Okręgowego w Warszawie- Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów i wpisanych do rejestru, o którym mowa w art. 479¹⁵ Kodeksu postępowania cywilnego, może być uznane w stosunku do innego przedsiębiorcy za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 23a¹*. Odwołując się do argumentów o charakterze celowościowym oraz kierując się potrzebą zapewnienia skuteczności tego przepisu, Sąd Najwyższy podkreślił, że *praktyka naruszająca zbiorowe interesy konsumentów obejmuje również przypadki wprowadzenia jedynie zmian kosmetycznych, polegających na przestawieniu szyku wyrazów lub zastąpieniu jednych wyrazów innymi, jeżeli tylko wykładnia postanowienia pozwoli stwierdzić, że jego treść mieści się w hipotezie zakazanej klauzuli. Stosowanie klauzuli o zbliżonej treści do klauzuli wpisanej do rejestru, która wywołuje takie same skutki godzi przecież tak samo w interesy konsumentów, jak stosowanie klauzuli identycznej co wpisana do rejestru. (...) Możliwość uznania zachowania przedsiębiorcy, polegającego na stosowaniu postanowień wzorców umownych, które nie mają identycznego brzmienia jak postanowienia wpisane do rejestru, za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, w sposób istotny zwiększa skuteczność obu instytucji (tj. niedozwolonych postanowień umownych oraz praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumenta), zniechęcając przedsiębiorców do obchodzenia wpisów dokonanych w rejestrze niedozwolonych postanowień.*

Nie jest więc konieczna dokładna, literalna zbieżność klauzuli wpisanej do rejestru i klauzuli z nią porównywanej. Niedozwolone będą również takie postanowienia wzorców umów, które mieszczą się w hipotezie klauzuli wpisanej do rejestru, których treść zostanie ustalona w oparciu o dokonaną wykładnię.

W ocenie Prezesa Urzędu, za tożsame z klauzulą wpisaną do rejestru może zostać uznane postanowienie, zgodnie z którym „W przypadku rezygnacji przez zamawiającego z wykonania usługi przez przyjmującego zlecenie ewentualnie uniemożliwienie przystąpienia do wykonania usługi, strony zgodnie ustalają, że przedpłata gwarancyjna nie zostanie zwrócona” (pkt 1 wzorca zlecenia- umowy).

Wyrokiem z dnia 31 stycznia 2003r. sygn. akt XVII Amc 31/02 SOKiK uznał za niedozwolone postanowienie o identycznej treści: *W przypadku rezygnacji przez zamawiającego z wykonania usługi przez przyjmującego zlecenie ewentualnie uniemożliwienie przystąpienia do wykonania usługi, strony zgodnie ustalają, że przedpłata gwarancyjna nie zostanie zwrócona* (pozycja 39 rejestru).

¹ W obowiązującej obecnie ustawie z dnia 16.02.2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów, praktyka naruszająca zbiorowe interesy konsumentów uregulowana została w art. 24.

Zdaniem Prezesa Urzędu, ta sama treść obydwu postanowień pozwala na stwierdzenie ich tożsamości. Postanowienia te pozwalają przyjmującemu zlecenie na zatrzymanie uiszczonej przez konsumenta tzw. przedpłaty gwarancyjnej w przypadku rezygnacji konsumenta z wykonania usługi. Spełniają tym samym przesłanki klauzuli niedozwolonej określonej w art. 385³ pkt 12 Kodeksu cywilnego. Zgodnie z ww. przepisem, niedozwolone są te postanowienia umowne, które wyłączają obowiązek zwrotu konsumentowi uiszczonej zapłaty za świadczenie nie spełnione w całości lub części w przypadku, jeżeli konsument zrezygnuje z zawarcia umowy lub jej wykonania.

W prowadzonym postępowaniu Prezes Urzędu zakwestionował także postanowienie przewidujące, że „Przyjmujący zamówienie zastrzega sobie możliwość opóźnienia realizacji usługi do 14 dni roboczych” (pkt 4 wzorca: „zlecenie- umowa”).

W ocenie Prezesa Urzędu, postanowienie to może mieścić się w hipotezie klauzuli niedozwolonej wpisanej w pozycji 40 rejestru, na podstawie ww. wyroku SOKiK z dnia 31 stycznia 2003r. sygn. akt XVII Amc 31/02, o treści: *Przyjmujący zamówienie zastrzega sobie możliwość opóźnienia realizacji wykonania usługi.*

Zakwestionowane postanowienie, podobnie jak przywołana klauzula niedozwolona, przewiduje możliwość jednostronnej zmiany umowy przez Przedsiębiorcę w zakresie terminu wykonania usługi, nie wskazując przy tym ważnej przyczyny, ze względu na którą taka zmiana może nastąpić. Podobnie jak ww. klauzula, postanowienie to spełnia przesłanki klauzuli niedozwolonej z art. 385³ pkt 10 Kodeksu cywilnego. Przepis ten za niedozwolone uznaje postanowienia, które uprawniają kontrahenta konsumenta do jednostronnej zmiany umowy bez ważnej przyczyny wskazanej w tej umowie. Zdaniem Prezesa Urzędu, tożsamości porównywanych postanowień nie wyłącza w tym wypadku fakt, że kwestionowane postanowienie ogranicza możliwość opóźnienia wykonania przez Przedsiębiorcę zobowiązania do określonego terminu, tj. do 14 dni roboczych. W ramach tego okresu Przedsiębiorca może bowiem jednostronnie decydować o tym, kiedy faktycznie wykona swoje zobowiązanie, bez jednoczesnego podania ważnych przyczyn, które uzasadniałyby zmianę terminu ustalonego w umowie. Zdaniem Prezesa Urzędu, pozwala to na uznanie, że istota i skutki obydwu postanowień są takie same.

Jako niedozwolone Prezes Urzędu uznał ponadto postanowienie wskazujące, że „Wszelkie spory wynikłe na tle zawartej umowy podlegają wyłączności sądu powszechnego dla siedziby firmy przyjmującej zamówienie” (pkt 6 wzorca: „zlecenie- umowa”).

Klauzule, które wskazują jako właściwy sąd w konkretnym miejscu bądź wyznaczony według jednego kryterium w sposób węższy niż wynikający z Kodeksu postępowania cywilnego były wielokrotnie uznawane za niedozwolone przez SOKiK. M.in. wyrokami z dnia: 31 stycznia 2003r. sygn. akt XVII Amc 31/02 oraz 18 września 2006r. sygn. akt XVII Amc 91/05, SOKiK uznał za niedozwolone postanowienia w brzmieniu: *Wszelkie spory wynikłe na tle zawartej umowy podlegają wyłączności sądu powszechnego dla siedziby firmy przyjmującej zamówienie* (pozycja 41 rejestru) oraz *W razie sporu sądem właściwym dla jego rozstrzygnięcia będzie sąd w Olsztynie* (pozycja 913 rejestru). W uzasadnieniu drugiego z wymienionych wyroków SOKiK stwierdził, że tej treści klauzula spełnia cechy klauzuli niedozwolonej wymienionej w art. 385³ pkt 23 Kodeksu cywilnego. Narzuca bowiem rozpoznanie sprawy przez sąd, który wedle ustawy nie jest miejscowo właściwy. Zdaniem SOKiK, jest to przejawem nadużycia przez przedsiębiorcę uprzywilejowanej pozycji kontraktowej profesjonalisty liczącego na brak świadomości prawnej konsumenta. Wskutek zastosowania tego rodzaju klauzuli konsument może być narażony na dodatkowe wydatki i dolegliwości związane z ochroną swoich praw, utratą czasu, koniecznością dojazdu, a w skrajnym przypadku może być pozbawiony prawa do ochrony prawnej.

W ocenie Prezesa Urzędu, zakwestionowane postanowienie może zostać uznane za tożsame z ww. klauzulami niedozwolonymi. Postanowienie to ogranicza zarówno konsumentowi jak i Przedsiębiorcy możliwość wyboru sądu innego niż wskazany, który zgodnie z przepisami

Kodeksu postępowania cywilnego należy uznać za właściwy do rozstrzygnięcia sporu powstałego na tle wiążącej ich umowy. Może godzić w interesy zwłaszcza tych konsumentów, którzy mają miejsce zamieszkania poza miejscem siedziby Przedsiębiorcy, poprzez wyłączenie możliwości wytoczenia przeciwko nim powództwa przed sądem właściwym według przepisów o właściwości ogólnej, a więc w miejscu najbardziej dogodnym dla konsumentów.

Mając na uwadze powyższe, Prezes Urzędu uznał, że na obecnym etapie postępowania uprawdopodobniona została bezprawność działań Przedsiębiorcy wynikająca z tożsamości stosowanych przez niego postanowień wzorca umowy z postanowieniami wpisanymi do rejestru.

Jak wskazano powyżej, dla przypisania Przedsiębiorcy praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów niezbędne jest ponadto uprawdopodobnienie, że jego działanie godzi w tzw. zbiorowy interes konsumentów. W uzasadnieniu wyroku z dnia 10 kwietnia 2008r. sygn. akt III SK 27/07 Sąd Najwyższy stwierdził, że *praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów jest (...) takie zachowanie przedsiębiorcy, które podejmowane jest w warunkach wskazujących na powtarzalność zachowania w stosunku do indywidualnych konsumentów wchodzących w skład grupy, do której adresowane są zachowania przedsiębiorcy, w taki sposób, że potencjalnie ofiarą takiego zachowania może być każdy konsument będący klientem lub potencjalnym klientem przedsiębiorcy.*

Fakt, że Przedsiębiorca posługuje się w obrocie z konsumentami wzorcem umowy powoduje, że skutkami jego działań dotknięty może być nieoznaczony z góry krąg konsumentów, którego nie da się zidentyfikować, a więc wszyscy jego dotychczasowi i przyszli kontrahenci. W tym wypadku z samej istoty posługiwania się przez Przedsiębiorcę wzorcem umownym, regulującym warunki sprzedaży i świadczenia usług, wynika powtarzalność jego zachowania wobec takich osób. Zdaniem Prezesa Urzędu, pozwala to na uprawdopodobnienie, że praktyka Przedsiębiorcy godzi w zbiorowe interesy konsumentów.

2.

W niniejszym postępowaniu Przedsiębiorcy zarzucono także stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, określonej w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającej na naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji. Istota tego zarzutu sprowadza się do przekazywania konsumentom przez Przedsiębiorcę niepełnych i nierzetelnych danych o firmie.

Obowiązek udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, o którym mowa w ww. przepisie stanowi jedną z generalnych zasad w relacjach przedsiębiorców z konsumentami. Pozbawienie konsumentów dostępu do informacji w sposób istotny ogranicza możliwość podejmowania przez nich świadomych decyzji rynkowych, w tym dokonania wyboru w kwestii związania się bądź nie określoną umową z konkretnym przedsiębiorcą. Należy przy tym zauważyć, że obowiązek ten znajduje podstawy w przepisach różnych aktów prawnych.

Art. 21 pkt 1 ustawy o swobodzie działalności gospodarczej nakłada na przedsiębiorcę, który oferuje towary lub usługi w sprzedaży bezpośredniej lub sprzedaży na odległość za pośrednictwem środków masowego przekazu, sieci teleinformatycznych lub druków bezadresowych obowiązek podania w ofercie danych o firmie. Przepisy tej ustawy nie definiują pojęcia sprzedaży bezpośredniej oraz oferty. Przyjmuje się jednak, że chodzi tu o taki sposób sprzedaży, w którym nie dochodzi do zetknięcia się stron w siedzibie przedsiębiorcy, a więc sprzedaż obwoźną dokonywaną za pośrednictwem agenta czy też komiwojażera (tak np. Konrad Kohutek. Komentarz do art. 21 ustawy o swobodzie działalności gospodarczej. LEX/el. 2005). W doktrynie podkreśla się także, że swoim zakresem art. 21 obejmuje zarówno ofertę w rozumieniu art. 66 i nast. Kodeksu cywilnego, jak i tzw. ofertę handlową. Z określonych w ww. przepisie sposobów komunikowania się sprzedawcy lub usługodawcy wynika przy tym, że chodzi tu o ofertę skierowaną do oznaczonej osoby, jak i nieoznaczonej z góry grupy osób- *ad personam incertam* (tak np. Krzysztof Trzciniński. Komentarz do art. 21 ustawy o swobodzie działalności gospodarczej. ABC 2007r.).

Art. 43⁴ Kodeksu cywilnego stanowi, że firmą osoby fizycznej jest jej imię i nazwisko. Nie wyklucza to włączenia do firmy pseudonimu lub określeń wskazujących na przedmiot działalności, miejsce jej prowadzenia oraz innych określeń dowolnie obranych.

Zdaniem Prezesa Urzędu, w zakresie oznaczenia swojej firmy w relacjach z konsumentami Przedsiębiorca naruszył powołane powyżej przepisy. Nie może budzić wątpliwości, że w świetle art. 21 ustawy o swobodzie działalności gospodarczej Przedsiębiorca prowadzi sprzedaż bezpośrednią. Zawiera bowiem umowy z konsumentami poza lokalem przedsiębiorstwa, w miejscu zamieszkania konsumentów, poprzez działających w jego imieniu przedstawicieli. W umowach tych powinien zatem zamieszczać dane o swojej firmie. Z uwagi na fakt, że Przedsiębiorca jest osobą fizyczną prowadzącą działalność gospodarczą oznaczenie jego firmy powinno zawierać, zgodnie z art. 43⁴ Kodeksu cywilnego, jego imię i nazwisko.

W zaświadczeniu o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej wydanym przez Wójta Gminy Gniezno Przedsiębiorca oznaczony został jako: Dariusz Kubaszewski- Przedsiębiorstwo Remontowo- Budowlane „MONT- BUD”. Taką właśnie pełną nazwą Przedsiębiorca posługiwać winien się prowadząc działalność gospodarczą i występując w obrocie prawnym. Jak ustalono, w umowach zawieranych z konsumentami zgodnie z postanowieniami wzorca zlecenia- umowy oznaczenie Przedsiębiorcy ogranicza się do określenia: Przedsiębiorstwo Remontowo-Budowlane MONT- BUD. Brak natomiast wskazania imienia i nazwiska osoby fizycznej, która prowadzi pod tą nazwą działalność gospodarczą.

W opinii Prezesa Urzędu, dokonane ustalenia w wystarczającym stopniu uprawdopodobniają bezprawność zachowania Przedsiębiorcy w zakresie nieprawidłowego oznaczania firmy pod jaką występuje w obrocie konsumenckim.

Działania Przedsiębiorcy godzić mogą w zbiorowe interesy konsumentów- nie tylko tych osób, z którymi Przedsiębiorca zawarł już umowy, ale także wszystkich jego potencjalnych klientów. Osoby te mogą zostać dotknięte niekorzystnymi skutkami działań Przedsiębiorcy związanymi np. z utrudnionym dochodzeniem roszczeń wobec Przedsiębiorcy. Niewątpliwie konsument ma prawo wiedzieć z kim faktycznie zawiera umowę, w tym również- w jakiej formie prawnej działa jego kontrahent. Forma prowadzenia działalności ma istotne znaczenie dla konsumenta chociażby ze względu na konieczność ustalenia właściwego podmiotu (organu), do którego skierowane winny być roszczenia czy też odmienny sposób ukształtowania odpowiedzialności za zobowiązania (np. spółki prawa handlowego i osoby fizycznej). W ocenie Prezesa Urzędu, konsument ma także prawo sprawdzić wiarygodność i rzetelność swojego kontrahenta jeszcze przed zawarciem umowy zwłaszcza, jeżeli umowa zawierana jest w miejscu jego zamieszkania, a więc poza lokalem przedsiębiorstwa. W takiej sytuacji konsument niejednokrotnie podejmuje decyzję pod wpływem chwili, bez większego zastanowienia. Powoduje to, że podanie pełnej firmy Przedsiębiorcy może mieć w takim przypadku zasadnicze znaczenie z punktu widzenia ochrony interesów konsumenta. Zdaniem Prezesa Urzędu, brak imienia i nazwiska osoby fizycznej, która prowadzi działalność gospodarczą pod określoną nazwą utrudnia konsumentowi możliwość łatwego zidentyfikowania Przedsiębiorcy i powiązania nazwy jego przedsiębiorstwa z konkretną osobą fizyczną, tj. w niniejszym przypadku- Dariuszem Kubaszewskim jako osobą fizyczną prowadzącą działalność gospodarczą pod podaną nazwą.

W związku z powyższym, Prezes Urzędu uznał, że ww. okoliczności pozwalają na uprawdopodobnienie naruszenia przez Przedsiębiorcę zbiorowych interesów konsumentów.

3.

Praktyka przypisana Przedsiębiorcy w pkt I.3 sentencji decyzji polega na nieinformowaniu konsumentów o prawie odstąpienia od umowy i niedoręczaniu konsumentom wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy. W ocenie Prezesa Urzędu, w tym zakresie Przedsiębiorca naruszył art. 3 ust. 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny, a jednocześnie swoim zachowaniem

wyczerpał przesłanki nieuczciwej praktyki rynkowej określonej w art. 6 ust. 1, ust. 2 i ust. 4 pkt 5 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym.

Art. 3 ust. 1 ww. ustawy zobowiązuje przedsiębiorcę zawierającego umowę poza lokalem przedsiębiorstwa do poinformowania konsumenta na piśmie, przed jej zawarciem, o prawie odstąpienia od umowy w terminie 10 dni od jej zawarcia oraz wręczenia wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy, z oznaczeniem swojego imienia i nazwiska (nazwy) oraz adresem zamieszkania (siedziby).

Nalożony na przedsiębiorcę obowiązek informacyjny ma na celu ochronę konsumenta na etapie przedkontraktowym, w fazie poprzedzającej zawarcie umowy. Nie jest tym samym dopuszczalne jego przesunięcie w czasie na inne stadia kontaktów umownych pomiędzy przedsiębiorcą a konsumentem. Obowiązek ten konkretyzuje się poprzez udzielenie konsumentowi informacji o istnieniu i długości trwania prawa odstąpienia od umowy oraz wręczenie gotowego wzoru odstąpienia od umowy, z oznaczeniem umożliwiającym identyfikację przedsiębiorcy wraz z jego adresem, a nie tylko wskazaniem siedziby w rozumieniu prawa cywilnego. (por. E. Łętowska. Ochrona niektórych praw konsumentów. Komentarz. Wyd. C.H. Beck. Warszawa 2001r. str. 40-41).

Jak ustalono w toku postępowania, pomimo zawierania umów z konsumentami poza lokalem przedsiębiorstwa, Przedsiębiorca nie informuje konsumentów na piśmie przed zawarciem umowy o prawie odstąpienia od umowy w terminie 10 dni od jej zawarcia i nie wręcza konsumentom prawidłowo wypełnionego wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy. Żaden z konsumentów, do których zwrócił się Prezes Urzędu nie potwierdził w tym zakresie wyjaśnień złożonych przez Przedsiębiorcę w postępowaniu wyjaśniającym.

W ocenie Prezesa Urzędu, obowiązkowi wyrażonemu w art. 3 ust. 1 powołanej ustawy nie czyni zadość informacja zawarta we wzorcu umowy, że *zlecający zamówienie potwierdza, iż otrzymał na piśmie warunki odstąpienia, wzór oświadczenia od umowy (...)*. Informacja ta jest na tyle niejednoznaczna (posługuje się pojęciem: „warunki” odstąpienia, wzór „oświadczenia” od umowy), że trudno na jej podstawie wnioskować, że w istocie jest to wykonanie przez Przedsiębiorcę obowiązku pouczenia konsumenta o przyznanym mu prawie odstąpienia od umowy i wręczenia wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy.

Zgodnie z art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów są w szczególności nieuczciwe praktyki rynkowe. Jeżeli mamy więc do czynienia z nieuczciwą praktyką rynkową w rozumieniu przepisów ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, która jednocześnie narusza zbiorowe interesy konsumentów, to takie działanie w świetle ww. przepisu uznać należy za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów.

Przez praktykę rynkową art. 2 pkt 4 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym rozumie działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy, sposób postępowania, oświadczenie lub informację handlową, w szczególności reklamę i marketing, bezpośrednio związane z promocją lub nabyciem produktu przez konsumenta. Pojęcie produktu ma znaczenie szerokie i obejmuje także, jak wynika z art. 2 pkt 3 tej ustawy, usługi. Niewątpliwie zarzucone Przedsiębiorcy zaniechanie jest bezpośrednio związane z nabyciem przez konsumenta określonego produktu i usługi (tj. sprzedażą i montażem drzwi) i mieści się w przedstawionym powyżej pojęciu praktyki rynkowej

Zgodnie z art. 3 ww. ustawy, stosowanie nieuczciwych praktyk rynkowych jest zakazane. W art. 4 ust. 1 tej ustawy określono dwie przesłanki, których łączne spełnienie pozwala na zakwalifikowanie praktyki przedsiębiorcy jako nieuczciwej, a mianowicie: sprzeczność z dobrymi obyczajami oraz rzeczywiste lub potencjalne zniekształcenie w istotny sposób zachowań rynkowych przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu. Przepis ten ma charakter klauzuli generalnej, która w celu wykazania stosowania danej praktyki wymaga odpowiedniej konkretyzacji.

Art. 4 ust. 2 ustawy zawiera otwarty katalog nieuczciwych praktyk rynkowych, wyróżnia m.in. praktyki rynkowe wprowadzające w błąd. Praktyki te mogą polegać zarówno na działaniu (art. 5) jak i zaniechaniu (art. 6), przy czym nie są zakazane w każdych okolicznościach (art. 7). Oznacza to, że przypisanie przedsiębiorcy stosowania praktyk rynkowych wprowadzających w błąd wymaga odniesienia zarówno do ogólnej definicji nieuczciwej praktyki rynkowej zawartej w art. 4 ust. 1 tej ustawy, jak również definicji praktyki wprowadzającej w błąd zawartej w art. 5 lub art. 6 ustawy.

W przypadku omawianego zarzutu mamy do czynienia z zaniechaniem wprowadzającym w błąd. Zgodnie z art. 6 ust. 1 ww. ustawy, praktykę rynkową uznaje się za zaniechanie wprowadzające w błąd, jeżeli pomija istotne informacje potrzebne przeciętnemu konsumentowi do podjęcia decyzji dotyczącej umowy i tym samym powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął. Art. 6 ust. 2 stanowi, że w razie wątpliwości za istotne informacje, o których mowa w ust. 1, uważa się informacje, które przedsiębiorca stosujący praktykę rynkową jest obowiązany podać konsumentowi na podstawie odrębnych przepisów. Ust. 4 pkt 5 tego przepisu przewiduje z kolei, że w przypadku propozycji nabycia produktu, za istotne uznaje się informacje o istnieniu prawa do odstąpienia od umowy lub rozwiązania umowy, jeżeli prawo takie wynika z ustawy lub umowy.

W opinii Prezesa Urzędu, zachowanie Przedsiębiorcy wyczerpuje przesłanki nieuczciwej praktyki rynkowej, o jakiej mowa w ww. przepisach. Obowiązek Przedsiębiorcy poinformowania konsumentów na piśmie przed zawarciem umowy o prawie odstąpienia od umowy, w terminie 10 dni od jej zawarcia oraz wręczenia konsumentowi wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy wynika bezpośrednio z art. 3 ust. 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny. Ponadto, nie może też budzić wątpliwości, że Przedsiębiorca proponuje konsumentom nabycie określonego produktu i usługi. Informacje o prawie odstąpienia od umowy mają więc charakter istotny. Oznacza to, że ich brak co najmniej może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął. W świetle art. 2 pkt 7 ww. ustawy, decyzja dotycząca umowy nie musi przy tym prowadzić do faktycznego dokonania czynności prawnej przez konsumenta, czyli w analizowanym przypadku- podjęcia decyzji o zawarciu umowy z Przedsiębiorcą. Wystarczająca jest potencjalna możliwość wprowadzenia w błąd przeciętnego konsumenta poprzez takie zaniechanie.

Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym posługuje się pojęciem przeciętnego konsumenta. Ocena każdej praktyki rynkowej powinna więc być dokonywana w odniesieniu do tego właśnie pojęcia.

Art. 2 pkt 8 ww. ustawy za przeciętnego konsumenta uznaje konsumenta, który jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny. Wymaga zarazem dokonania oceny tych cech z uwzględnieniem czynników społecznych, kulturowych, językowych i przynależności danego konsumenta do szczególnej grupy konsumentów, przez którą rozumie się dającą się jednoznacznie zidentyfikować grupę konsumentów, szczególnie podatną na oddziaływanie praktyki rynkowej lub na produkt, którego praktyka rynkowa dotyczy, ze względu na szczególne cechy, takie jak wiek, niepełnosprawność fizyczna lub umysłowa. Należy przy tym podkreślić, że wskazanie na takie cechy jak dostateczne poinformowanie, uwaga i ostrożność określa pewien zespół cech mentalnych konsumenta (jego przeciętność) znajdujących wyraz w tym, że z jednej strony możemy wymagać od niego pewnego stopnia wiedzy i orientacji w rzeczywistości, a z drugiej- nie możemy uznać, że jego wiedza jest kompletna i profesjonalna i że konsument nie ma prawa pewnych rzeczy nie wiedzieć. Przeciętny konsument nie posiada wiedzy specjalistycznej w danej dziedzinie, ale rozumie kierowane do niego informacje i potrafi je wykorzystać do podjęcia świadomej decyzji dotyczącej produktu. Nie jest naiwny, ale nie potrafi też ocenić sytuacji tak jak profesjonalista.

W niniejszej sprawie za przeciętnego uznać należy, zdaniem Prezesa Urzędu, konsumenta dostatecznie dobrze poinformowanego, uważnego i ostrożnego przy uwzględnieniu czynników społecznych, kulturowych i językowych charakterystycznych dla polskiego konsumenta, bez odwoływania się do przynależności do szczególnej grupy konsumentów. Oferta Przedsiębiorcy nie jest bowiem skierowana do określonej, dającej się wyodrębnić na podstawie wspólnej cechy grupy konsumentów, ale nieograniczonego kręgu odbiorców (ogółu konsumentów). Tak rozumiany przeciętny konsument może nie znać przepisów, które nakładają określone obowiązki informacyjne na przedsiębiorców zawierających umowy z konsumentami poza lokalem przedsiębiorstwa. W konsekwencji, przeciętny konsument może nie wiedzieć, jakie prawo przysługuje mu w związku z zawarciem umowy poza lokalem przedsiębiorstwa, w jaki sposób i kiedy może z niego skorzystać.

Jak wskazano powyżej, dla przypisania przedsiębiorcy nieuczciwej praktyki rynkowej niezbędne jest także wykazanie, że praktyka ta jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu. Oznacza to konieczność odniesienia się do przesłanek klauzuli generalnej z art. 4 ust. 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym.

Na gruncie powołanej ustawy pod pojęciem sprzeczności z dobrymi obyczajami należy rozumieć swego rodzaju klauzulę rzetelności, oznaczającą zakaz takiego zachowania przedsiębiorcy, które mogłoby prowadzić do zakłócenia zachowania konsumenta na rynku poprzez brak rzetelnego informowania go o istotnych cechach produktu. Chodzi tu przede wszystkim o staranność i uczciwość zawodową oraz dobrą wiarę. W wyroku z dnia 23 lutego 2006r. sygn. akt XVII Ama 118/04 SOKiK stwierdził, że w stosunkach z konsumentami istota dobrego obyczaju sprowadza się do właściwego informowania o przysługujących uprawnieniach, niewykorzystywania uprzywilejowanej pozycji profesjonalisty i rzetelnego traktowania partnerów umowy. Za sprzeczne z dobrymi obyczajami SOKiK uznał działania zmierzające do niedoinformowania, dezorientacji, wywołania błędnego przekonania u konsumenta, a także wykorzystania jego niewiedzy lub naiwności.

W rozpatrywanej sprawie naruszenie dobrych obyczajów następuje poprzez wprowadzające przeciętnego konsumenta w błąd zaniechanie Przedsiębiorcy, który nie wykonuje względem konsumentów obowiązków informacyjnych wynikających z art. 3 ust. 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny. W opinii Prezesa Urzędu, naruszenie dobrych obyczajów nastąpiło także poprzez wykorzystanie przez Przedsiębiorcę silniejszej pozycji kontraktowej. Przedsiębiorca powinien mieć świadomość, że brak takiej informacji może spowodować, że odstąpienie konsumenta od umowy będzie utrudnione albo wręcz niemożliwe. Zaniechanie Przedsiębiorcy może zatem w istotny sposób zniekształcić zachowania rynkowe przeciętnego konsumenta nie tylko przed zawarciem umowy, ale nawet po jej zawarciu i to nie tylko co do samego istnienia prawa odstąpienia od umowy, ale także terminu i sposobu jego wykonania.

Zdaniem Prezesa Urzędu, ww. okoliczności uprawdopodobniają bezprawność zachowania Przedsiębiorcy, wynikającą z naruszenia art. 3 ust. 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny oraz art. 6 ust. 1, ust. 2 i ust. 4 pkt 5 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym.

Zawarcie umowy przez Przedsiębiorcę związane jest z nieoczekiwaną wizytą jego przedstawicieli w miejscu zamieszkania konsumentów. Taki sposób zawierania umów powodować może dezorientację konsumenta, jego nieumiejętność rzetelnej oceny warunków umowy i jej przedmiotu, łatwość manipulacji konsumentem nie nastawionym na kontakt handlowy, ograniczenie ukształtowania jego woli i jej wyrażenia, co jest zagrożeniem dla jego świadomego uczestnictwa w rynku, a także zagrożeniem jego prywatności (tak np. E. Lętowska.

Ochrona niektórych praw konsumentów. Komentarz. Wyd. C.H. Beck. Warszawa 2001r. str. 26-27). Dążąc do zagwarantowania konsumentom ochrony przed negatywnymi skutkami umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa ustawodawca ustanowił określone instrumenty prawne: przyznając konsumentowi prawo odstąpienia od umowy bez podania przyczyn, w terminie 10 dni od jej zawarcia, obciążył jednocześnie przedsiębiorcę obowiązkiem poinformowania o tym uprawnieniu przed zawarciem umowy na piśmie i wręczenia odpowiedniego wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy. Ustawowy termin 10 dni do odstąpienia od umowy pozwala konsumentowi na spokojne zapoznanie się z warunkami umowy, w szczególności ich przeanalizowanie pod kątem własnych potrzeb i możliwości finansowych, a tym samym podjęcie decyzji co do związania się lub nie zawartą umową. Celem ww. regulacji jest więc niewątpliwie ochrona konsumenta przed pochopnym zawieraniem umów, często pod wpływem sugestii i argumentów przedsiębiorcy.

W ocenie Prezesa Urzędu, nie może budzić wątpliwości, że wskutek zaniechania Przedsiębiorcy konsument może zostać pozbawiony możliwości skorzystania z jednego z najważniejszych uprawnień przyznanych przez ustawę w przypadku zawierania umów poza lokalem przedsiębiorstwa. Zaniechanie Przedsiębiorcy może uniemożliwić konsumentowi skorzystanie z tego uprawnienia nie tylko w terminie 10 dni od jej zawarcia, ale również- w terminie określonym w art. 4 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny. Zgodnie z tym przepisem, jeżeli konsument nie został poinformowany na piśmie o prawie odstąpienia od umowy może odstąpić od umowy w terminie 10 dni od uzyskania informacji o prawie odstąpienia, jednak nie może tego uczynić po upływie 3 miesięcy od wykonania umowy. Nie można więc wykluczyć, że wskutek braku pisemnej informacji i nieotrzymania wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy, konsument nie uzyska tej informacji również z innego źródła, przez co nie będzie w stanie złożyć odpowiedniego oświadczenia w terminie 3 miesięcy od wykonania umowy. Naruszenie przez Przedsiębiorcę obowiązku wyrażonego w art. 3 ust. 1 ustawy może zatem prowadzić do sytuacji, w której konsument, nie znając swoich praw, nie będzie miał możliwości podjęcia decyzji o odstąpieniu od zawartej umowy, nawet w terminie wskazanym w art. 4 ustawy.

Zdaniem Prezesa Urzędu, przedstawione argumenty pozwalają na stwierdzenie, że praktyka Przedsiębiorcy godzi w zbiorowy interes konsumentów.

W świetle powyższego, Prezes Urzędu uznał, że w odniesieniu do wszystkich postawionych Przedsiębiorcy zarzutów uprawdopodobnione zostały obydwie przesłanki praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, tj. bezprawność jego działań oraz naruszenie zbiorowych interesów konsumentów.

II.

Wnosząc o wydanie decyzji w trybie art. 28 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Przedsiębiorca zobowiązał się do: zaniechania stosowania niedozwolonych postanowień umownych w nowym wzorcu umowy, zamieszczania pełnych danych o swojej firmie w umowach zawieranych z konsumentami oraz informowania konsumentów o prawie odstąpienia od umowy i doręczania im wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy.

W załączeniu do pisma z dnia 19 października 2011r. Przedsiębiorca przedłożył nowy wzorzec umowy o nazwie: „umowa o dzieło”, w którym zakwestionowane w prowadzonym postępowaniu postanowienia niedozwolone nie występują. Wzorzec ten może zostać wprowadzony do obrotu konsumenckiego w miejsce dotychczas stosowanego.

Zgodnie z oświadczeniem Przedsiębiorcy w obrocie prawnym nie występują umowy zawarte z konsumentami w oparciu o wzorzec: „zlecenia- umowy”. Skutkuje to brakiem podstaw do zobowiązania Przedsiębiorcy do podjęcia stosowanych działań w celu wyeliminowania niedozwolonych postanowień umownych z umów, które pozostawałyby nadal w obrocie prawnym.

W przedstawionym nowym wzorcu umowy Przedsiębiorca zamieścił informacje o prawie konsumenta do odstąpienia od umowy, w terminie 10 dni od jej zawarcia oraz zamieścił wzór oświadczenia o odstąpieniu od umowy.

Prezes Urzędu ocenił, że podjęte przez Przedsiębiorcę zobowiązania zmierzają bezpośrednio do zapobieżenia naruszeniom art. 24 ustawy. Możliwe jest więc uznanie, że spełniony został drugi, obok uprawdopodobnienia stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, warunek niezbędny do wydania decyzji na podstawie art. 28 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W pkt I a sentencji decyzji Prezes Urzędu nałożył zatem na Przedsiębiorcę obowiązek wykonania przyjętego zobowiązania poprzez wprowadzenie do obrotu z konsumentami nowego wzorca umowy, w których ww. niedozwolone postanowienia nie występują, z dniem uprawomocnienia się niniejszej decyzji. W opinii Prezesa Urzędu, fakt, że Przedsiębiorca opracował już nowy wzorec umowy oznacza, że jest tym samym gotów wykorzystywać go do zawierania umów z konsumentami.

W pkt I b sentencji decyzji Prezes Urzędu zobowiązał Przedsiębiorcę do zamieszczania w umowach zawieranych z konsumentami pełnych danych o firmie poprzez wskazywanie imienia i nazwiska Przedsiębiorcy tj. Dariusza Kubaszewskiego jako osoby fizycznej prowadzącej działalność gospodarczą.

W pkt I c sentencji decyzji Prezes Urzędu zobowiązał z kolei Przedsiębiorcę do informowania konsumentów na piśmie, przed zawarciem umowy poza lokalem przedsiębiorstwa, o prawie odstąpienia od umowy w terminie 10 dni od jej zawarcia oraz wręczania konsumentom wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy.

Podobnie jak w przypadku zobowiązania wskazanego w pkt I a, w zakresie zobowiązań nałożonych w pkt I b i c Prezes Urzędu uwzględnił, że do ich wykonania nie jest konieczne dopełnienie przez Przedsiębiorcę żadnych dodatkowych formalności, które uzasadniałyby wyznaczenie terminu ich realizacji. Prezes Urzędu uznał, że wykonanie tych zobowiązań będzie możliwe już z dniem uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

Na podstawie art. 28 ust. 3 ustawy, Prezes Urzędu nałożył na Przedsiębiorcę obowiązek przekazania, w terminie 1 miesiąca od dnia uprawomocnienia się decyzji, informacji o realizacji nałożonych zobowiązań, w tym kopii 10 umów zawartych z konsumentami zgodnie z postanowieniami nowego wzorca.

Mając na uwadze powyższe, orzeczono jak w sentencji.

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 479²⁸ § 2 k.p.c. - od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie- Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie dwóch tygodni od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów- Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Poznaniu.

Z upoważnienia Prezesa Urzędu
Ochrony Konkurencji i Konsumentów
Dyrektor Delegatury w Poznaniu
Jarosław Krüger

Otrzymuje:

Pan Dariusz Kubaszewski
Przedsiębiorstwo Remontowo- Budowlane

„MONT- BUD”
Lulkowo 7 D
62-200 Gniezno